Sommaire

Préambule ..... p. 3 à 4

Chapitre 1 **Définitions et Méthode** ..... p. 5 à 14

Chapitre 2 **La Charte signalétique** ..... p. 15 à 48
- A - Publicité ..... p. 15 à 26
- B - Préenseignes ..... p. 27 à 34
- C - Jalonnement, RIS, entrées de communes ..... p. 35 à 44
- D - Enseignes ..... p. 45 à 48

Chapitre 3 **Zooms sur le terrain** ..... p. 49 à 77
- A - Montpezat-sous-Bauzon ..... p. 49 à 60
- B - Vallée de l'Eyrieux ..... p. 61 à 63
- C - Vallée de la Drobie ..... p. 65 à 67
- D - Grands axes de circulation ..... p. 69 à 73
- E - Idées de mobiliers ..... p. 75 à 77

Chapitre 4 **Outils pratiques** ..... p. 79 à 90

ANNEXES
- Adresses utiles ..... p. 91 à 93
- Lexique ..... p. 94
- Tableau récapitulatif ..... p. 95

Le mot du Président

La réalisation de cette charte signalétique puis son application sur le terrain me tiennent particulièrement à coeur. Inscrit dans la Charte constitutive de notre Parc, ce document permet désormais le respect des paysages et la promotion des activités économiques qui font vivre nos territoires.

Pour réussir l'application de cette charte signalétique, il faudra bousculer les habitudes, s'armer de patience et de volonté. Le dossier n'est pas facile, mais l'enjeu vaut bien quelques efforts.

Pour réussir son application, il nous faudra ensemble communiquer au niveau de chaque quartier, de chaque commune ou communauté de communes. Une large concertation devra être organisée afin que tous les acteurs de la vie locale s'accordent pour améliorer ensemble l'efficacité de la signalisation locale.

Pour la fabrication des supports, je souhaite que nous puissions privilégier les matériaux locaux et les savoir-faire de nos artisans.

Et, petit à petit, nos bords de route s'éclairciront, nos entrées de villages seront plus accueillantes et les Monts d'Ardèche seront encore plus beaux.

Je remercie tous ceux qui ont participé activement à ce travail et vous souhaite à tous une bonne lecture. Le Parc naturel régional des Monts d'Ardèche se tient à vos côtés pour répondre à vos questions et vous aider à la mise en application.

Henri BELLEVILLE
Président du Parc naturel régional des Monts d'Ardèche

Pourquoi et comment a été établie cette charte signalétique ?

Un engagement de la Charte constitutive du Parc

Dans sa Charte constitutive, le Parc naturel régional des Monts d'Ardèche s'est engagé dans le domaine de la signalétique :

▪ Art. 72 : le Parc s'engage à maîtriser l'affichage publicitaire sur son territoire, conformément à la loi de 1979, et à promouvoir les activités économiques par d'autres formes de communication.

▪ Art. 73 : Le Parc harmonise la signalétique artisanale et commerciale. Il élabore une charte graphique et favorise la recherche et l'expérimentation pour proposer des supports intégrés à leur environnement. Il favorise la concertation entre les différents acteurs économiques pour résorber les points noirs.

C'est également à la demande de plusieurs communes que le Parc naturel régional des Monts d'Ardèche a engagé ce travail sur la gestion des préenseignes, des enseignes et de la publicité.
La méconnaissance des textes, souvent liée à leur complexité, a entraîné un laxisme quasi total vis à vis de ce problème et on se trouve aujourd'hui face à certaines situations très dommageables pour l'environnement et contre-productives pour le développement économique.

Ce document, LA CHARTE SIGNALÉTIQUE DU PARC NATUREL RÉGIONAL DES MONTS D'ARDÈCHE, constitue la synthèse d'un travail mené d'une part sur le terrain, principalement dans la commune de Montpezat-sous-Bauzon, la Vallée de l'Eyrieux et la Vallée de la Drobie, et, d'autre part, au cours de plusieurs réunions de travail organisées par le Parc naturel régional des Monts d'Ardèche avec les différents acteurs intéressés de près ou de loin par la gestion de la signalétique.
L'élaboration de cette Charte signalétique a été menée sous la responsabilité de Jean-Philippe SIMONNET (chargé de mission Développement économique au Parc) et Jérôme DAMOUR (chargé de mission Architecture, Urbanisme et Paysages au Parc) et, après consultation de différentes sociétés, avec l'agence de communication LONGRINE et le bureau d'études SPES, forts de leur expérience sur un travail similaire pour les Parcs naturels régionaux du Luberon et des Volcans d'Auvergne.

La commune de Montpezat-sous-Bauzon a été choisie comme "commune-pilote" pour l'application d'une méthodologie qui doit servir de modèle aux autres communes désirant appliquer la Charte signalétique. La mise en place des dispositifs conformes à la Charte sera effective début 2005.

Une large concertation autour du Parc

Merci à tous les représentants de ces services et établissements publics pour l'aide qu'ils ont apportée.

Préfecture de l'Ardèche

DIREN
Direction Régionale de l'Environnement

Direction Départementale de l'Équipement
DDE Ardèche SRT : Service des Routes et des Transports
DDE Ardèche SUAE : Service de l'Urbanisme, de l'Aménagement et de l'Environnement
DDE Ardèche Architecte conseil
DDE Ardèche Paysagiste conseil
Subdivision DDE Aubenas Nord
Subdivision DDE Aubenas Sud
Subdivision DDE Largentière
Subdivision DDE Le Cheylard
Subdivision DDE Les Vans
Subdivision DDE Privas
Subdivision DDE Saint-Agrève
Subdivision DDE Langogne (48)

SDAP
Service Départemental Architecture et Patrimoine
Architecte Bâtiments de France

Conseil Général de l'Ardèche
Direction des Infrastructures et des Transports

Syndicats mixtes
Syndicat mixte de la Montagne ardéchoise
Syndicat mixte CGD Monts et Val d'Ardèche
Syndicat mixte CGD Ardèche méridionale
Syndicat mixte CGD Doux et Rhône moyen
Syndicat mixte CGD de la Vallée de l'Eyrieux, de l'Ouvèze et du Plateau de Vernoux

Communauté de communes
Aubenas Vals
Cévennes vivaroises
Les Châtaigniers
Grands Serres
Haut Vivarais
Eyrieux aux Serres
Pays Beaume Drobie
Pays du Cheylard
Porte des Hautes Cévennes ardéchoises
Roche de Gourdon
Val de Ligne
Vinobre

Villes Portes du Parc naturel régional des Monts d'Ardèche
Aubenas
Lamastre
Les Vans
Privas
St-Agrève
Vernoux

Chambres consulaires
Chambre d'Agriculture d'Ardèche
Chambre de Commerce et de l'Industrie Nord Ardèche
Chambre de Commerce et d'Industrie Ardèche méridionale
Chambre de Métiers de l'Ardèche

Syndicats professionnels
Restaurateurs de la Montagne Ardéchoise
Syndicat de l'Hôtellerie de Plein Air
Syndicat des Maîtres artisans coiffeurs, …

Comité Départemental du Tourisme

CAUE de l'Ardèche

Hébergements
Gites de France
CléVacances (chambres d'hôtes)
Village de Gîtes

Fabricants de signalétique et annonceurs invités au groupe de travail
Cf. liste des fabricants p.93

Comment se servir de ce document ?

Ce document est un guide à l'usage des élus et des techniciens chargés de faire respecter la loi : c'est un outil de travail pédagogique qui rassemble des informations juridiques, des conseils, des solutions et des outils pratiques.
Ce document est indissociable d'une démarche d'INVENTAIRE sur le terrain qui a été élaborée à titre d'exemple sur la commune de Montpezat-sous-Bauzon, et plusieurs points singuliers répartis sur l'ensemble du territoire du Parc.

1 / Une lecture rapide

Nous vous conseillons d'aborder ce sujet en deux temps : d'abord une lecture rapide de ce document en vous limitant aux pages d'introduction (pages 4 à 12), aux photos légendées et à la colonne "Charte signalétique" des pages 14 à 45.

2 / Une confrontation sur le terrain

Après cette lecture rapide, vous regarderez déjà votre environnement différemment, et au cours de vos déplacements sur votre commune ou ailleurs, vous repérerez rapidement les préenseignes, les publicités et les enseignes, les panneaux illégalement posés et les panneaux qu'il faut organiser.

3 / Une lecture approfondie

Après lecture complète de ce document, vous aurez connaissance de l'ensemble de la problématique "signalétique" et vous pourrez prendre les décisions pour engager votre commune dans ce dossier.
Les personnes qui seront chargées de cette action devront, elles aussi, lire l'intégralité de ce document et participer à une ou deux réunions de formation que le Parc pourra organiser avec les communes et les communautés de communes.

Légende des pictogrammes

Le corps de la Charte est construit sur un modèle précis et chaque double page aborde un sujet dans sa totalité : à gauche les textes de lois et décrets d'application avec l'avis du juriste, à droite, les conseils pratiques du Parc et la Charte signalétique.

Les pictogrammes commentaires

Les photos qui illustrent ce document sont légendées et nous y avons ajouté un pictogramme pour les commentaires juridiques et esthétiques :

- Sourire = légal et bien intégré à l'environnement,
- Expression neutre = contestable (presque conforme, vide juridique et/ou mauvaise intégration au paysage),
- Grimace = illégal ou/et préjudiciable à l'environnement.

La loi sur la Publicité (affichage publicitaire)
L'avis du juriste
Les conseils pratiques du Parc
La charte signalétique

Chapitre 1 Définitions et Méthode

p. 6 à 11 **Définitions et notions de base**
- La signalétique, qu'est-ce que cela recouvre ?
- Sur domaine privé
- Sur domaine public
- Lieux interdits à la publicité
- Termes juridiques

p. 12 à 14 **Conseils pour l'application**
- Cinq principes à respecter
- Quatre étapes pour l'application
- Passez à l'action
- ZPR : pesez le pour et le contre

La signalétique, qu'est-ce que cela recouvre ?

La signalétique englobe dans ce document toute forme de message ou d'information visible depuis les voies ouvertes à la circulation publique.
Il faut distinguer la signalétique qui est installée sur le domaine privé de celle qui est sur le domaine public.

Le domaine public

Font partie du domaine public les biens affectés à un service public ou à l'usage du public, non susceptibles d'une appropriation privée, dont entre autres :

- **toute la voirie à l'exception des chemins ruraux des communes (domaine privé de la commune), mais y compris les voies communales,**
- **les biens accessoires du domaine public : un délaissé ou un talus soutenant une voie publique, par exemple,**
- **les servitudes portant sur les terrains limitrophes du domaine public.**

Ces biens sont délimités par l'alignement délivré par le gestionnaire de la voirie.

La voie publique

Une voie publique est une voie ouverte à la circulation, qu'elle soit publique ou privée, à titre gratuit ou non, quel que soit le moyen de transport employé.

Signalétique routière directionnelle implantée sur le domaine public, financée et mise en œuvre par le Conseil général sur le réseau routier départemental et par l'Etat représenté par la DDE, sur le réseau national. (Mézilhac)

Dispositifs implantés sur le domaine public

- Mobilier urbain support de publicité (planimètre, abribus, mâts, …) en agglomération,
- Jalonnement communal en agglomération et hors agglomération,
- Affichage libre communal en agglomération,
- R.I.S. (Relais Informations Service) en agglomération et hors agglomération, non lisibles par les usagers de la route,
- Panneaux de signalisation routière, hors agglomération et en agglomération, dont la signalisation d'informations touristiques (H32).

Dispositif de micro-signalétique de proximité implanté sur le domaine public : trop nombreuses barrettes pour être lisible… (Joyeuse)

Le domaine privé

Ce sont tous les biens susceptibles d'une propriété privée, que le propriétaire soit un particulier, une entreprise ou une commune.
Les chemins ruraux des communes, par exemple, font partie du domaine privé de la commune, contrairement aux voies communales qui sont du ressort du domaine public.

Enseigne fixée sur le domaine privé. L'aspect esthétique gagnerait à être amélioré. (Montpezat-sous-Bauzon)

Où se situe la limite d'agglomération ?

La limite d'agglomération est concrétisée par les plaques à bords rouge indiquant le nom de la commune. L'expression "en agglo" est d'ailleurs souvent remplacée par le terme "entre plaques".
Le "hors agglo" comprend donc tout le territoire de la commune en dehors des limites des plaques "entrée et sortie de village".
Les plaques sont en principe implantées au début du bâti de l'agglomération.

Dispositifs implantés sur le domaine privé

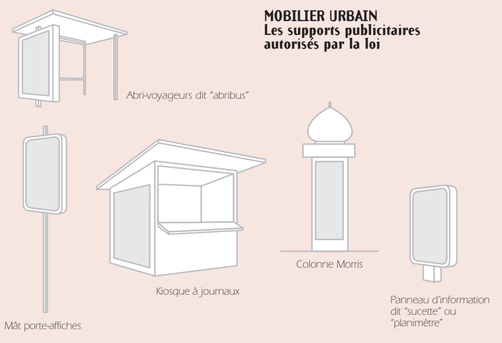
Préenseigne installée sur le domaine privé ; elle devrait être posée à 5 m du bord de la route. (Lablachère)

- Affichage publicitaire : mural et scellé au sol (sur portatifs), qu'il soit périodique ou longue conservation, en agglomération uniquement.
- Préenseignes : murales ou scellées au sol, en agglomération et hors agglomération.
- Enseignes en agglomération et hors agglomération :
  - murales (parallèles ou perpendiculaires au mur, dites en drapeau),
  - scellées au sol (totems, mâts ou portatifs)

Sur domaine public

Le mobilier urbain

Le mobilier urbain est installé sur le domaine public. En tant que mobilier, il rend un service à l'usager : s'abriter, se reposer, s'informer…
Le législateur ne lui permet qu'à titre accessoire, pour certains types et sous certaines conditions de surface, de supporter de la publicité : ce sont les abris voyageurs et les panneaux d'information (sucettes ou planimètres) ainsi que les mâts porte-affiches, les colonnes Morris et les kiosques commerciaux.
Le mobilier urbain n'est pas un support publicitaire par nature.



La microsignalétique ou le jalonnement directionnel de proximité

Nous appellerons dans ce document "**microsignalétique**" ou "**jalonnement directionnel de proximité**", tous les dispositifs petit format de signalisation d'activités publiques ou privées, situés le plus souvent (et pour des raisons de lisibilité) sur le domaine public et presque toujours en agglomération.
Ces dispositifs sont constitués de "barrettes" ou "réglettes" superposées sur un portique ou sur un ou plusieurs pieds.
Dans les communes les plus importantes, ces dispositifs sont gérés par des sociétés de régie publicitaire qui vendent les barrettes à des annonceurs et, en contrepartie du fléchage des services municipaux et publics, obtiennent une autorisation d'implantation sur le domaine public.

Que recouvre le jalonnement ?

Le jalonnement recouvre tous les dispositifs de signalisation coexistants sur la voie publique :
- **Le jalonnement de voirie** : plaques de rue, panneaux indiquant le nom des quartiers et lotissements, les dénominations de chemins…
- **La signalisation routière** : panneaux de direction et de présignalisation, panneaux d'indication CE (concernant notamment les campings et les gîtes), panneaux de localisation, panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération, Relais Informations Service, panneaux d'informations culturelles et touristiques et panneaux d'itinéraires touristiques.

La signalisation routière répond à des règles nationales précises et ne peut être modifiée.
Un certain nombre d'activités peuvent bénéficier de ce type de signalisation à des conditions précisées par la réglementation (cf. page 38).

Exemple de jalonnement routier et microsignalisation de proximité cohabitant sur le domaine public. Les mentions locales ne devraient plus être fixées sur les mâts de signalisation directionnelle. (cf. Charte départementale)
À l'arrière-plan, deux "préenseignes" illégales puisque situées en agglomération. Trop d'information à un même endroit nuit à la lisibilité. (Lamastre)

La Charte de signalisation de proximité en Ardèche

Le Conseil général de l'Ardèche a mis en place en 1999 une Charte départementale de la signalisation de proximité qui détermine un certain nombre de règles pour l'organisation du jalonnement de voirie et notamment pour les barrettes de microsignalisation. La Charte signalétique du Parc en tient compte dans ses propositions.

Signalisation touristique et jalonnement de voirie : des informations en doublon et une accumulation de trop nombreuses indications. (Montpezat-sous-Bauzon)

Panneau E33a de jalonnement routier signalant l'entrée dans le Parc. (Dunière-sur-Eyrieux)

Sur domaine privé

Affichage publicitaire

L'affichage publicitaire appelé aussi "publicité extérieure" se situe le plus souvent en agglomération, aux entrées et sorties de villes, sur des panneaux de 12 m² (également nommés "4 par 3"), dans les villages sur des panneaux plus petits (8 ou 4 m²).
Ce type d'affichage est installé sur le domaine privé.

Attention, le mobilier urbain (abribus, sucettes, planimètres, Mupi (Mobilier urbain public d'information, ...) est installé, lui, sur le domaine public (cf. pages 7 et 20/21).

Affichage publicitaire mural périodique à Lalevade.
Ce type de panneau existe en 12, 8 et 4 m².
L'affichage publicitaire est interdit dans les communes appartenant à un Parc naturel régional, sauf si une ZPR (Zone de Publicité Restreinte) a été instituée.

L'affichage (du 16 au 4 m²) se subdivise en :

- **panneaux publicitaires périodiques** vendus pour des périodes très courtes (7, 10 ou 14 jours),
- **panneaux "longue-conservation"** qui sont vendus à l'année et qui sont réalisés en peinture ou adhésif sur support métal. Souvent, ils signalent la proximité d'une activité. Ce sont des "préenseignes publicitaires grand format".

La loi prévoit des règles précises de surface et d'implantation pour l'affichage mural et pour l'affichage scellé au sol.

Tout affichage publicitaire est interdit :

- **hors agglomération, partout en France,**
- **dans les agglomérations des Parcs naturels régionaux.**

Affichage publicitaire longue conservation mural (12 m²) à Lalevade.
Toute installation de ce type de panneau est concernée par la loi Barnier et fait désormais l'objet d'une déclaration préalable.

Préenseigne

La préenseigne indique la proximité d'un lieu où s'exerce une activité.
Soumise aux règles de la publicité, elle est donc interdite hors agglomération.
Son **format maximum** autorisé par dérogation est de **1,50 m x 1 m**.
Elle doit toujours être implantée en dehors du domaine public, à 5 m minimum du bord de la chaussée et à 5 ou 10 km maximum du lieu de l'activité.
L'**autorisation écrite du propriétaire** de l'immeuble où est apposée la préenseigne est **obligatoire**.
Seules les **activités** dites "**dérogatoires**" (hôtels, restaurants, garages, stations-service, produits du terroir, monuments historiques, services d'urgence et services publics) y ont droit, en nombre limité : 2 ou 4 selon les activités (cf p. 27 à 34).

Préenseigne conforme à la réglementation. C'est l'activité "station service" qui ouvre droit à cette préenseigne. (Lalevade)

Enseigne

On appelle enseigne tout message placé sur le lieu où s'exerce une activité et présentant cette activité.
Les formats et les différents types d'enseignes (scellées au sol, en drapeau, en façade...) sont soumis à des règles définies par la loi et liées à la taille de l'agglomération.
Dans un Parc naturel régional, toute installation d'une enseigne est soumise à autorisation du Maire.
Dans les communes qui établissent un règlement local de publicité, il est possible d'intégrer des règles précises pour les enseignes en agglomération.

Enseigne sur toiture, support autorisé par la loi mais préjudiciable à l'environnement. (Aubenas)

Enseignes murale et en drapeau (caissons lumineux) à Lalevade. Sur ce commerce, une seule enseigne drapeau en plus de l'enseigne murale est suffisante.

Lieux interdits à la publicité

Lieux interdits à tout affichage publicitaire

- Hors agglomération,
- Sites classés,
- Sites inscrits à l'inventaire et zones de protection délimitées autour de ceux-ci,
- Périmètre de 100 m autour d'un monument historique,
- Secteurs sauvegardés,
- Agglomérations appartenant à un **Parc naturel régional,**
- Parcs nationaux et réserves naturelles,
- Espaces boisés classés.

Messages interdits sur préenseignes

Signe pouvant être confondu avec un signal de police

Pas de distance à côté du nom d'une localité

Pas de flèche à côté du nom d'une localité

Lieux interdits pour les portatifs scellés au sol

- Dans les agglomérations de moins de 10 000 habitants qui ne font pas partie d'un ensemble multicommunal de 10 000 habitants.
- Dans les agglomérations de plus de 10 000 habitants, si les affiches sont visibles d'une voie rapide ou d'une voie située hors agglomération.

Portatif scellé au sol dans une commune de moins de 10 000 habitants. (Lalevade)

Supports interdits

- Immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire,
- Monuments naturels,
- Arbres,
- Panneaux de signalisation et tout autre équipement intéressant la circulation routière, ferroviaire, fluviale, maritime et aérienne,
- Murs des bâtiments d'habitation, sauf lorsqu'ils sont aveugles ou comportent des ouvertures de surface réduite,
- Clôtures non aveugles,
- Murs de cimetières et de jardins publics,
- Tout ou partie d'une baie,
- Emprise des voies ouvertes à la circulation,
- Toiture ou terrasse en tenant lieu (sauf publicité lumineuse).

Cet emplacement publicitaire est tout à fait illégal, sur une façade d'immeuble non aveugle, et de surcroît, dans une commune située dans un parc naturel régional. (Joyeuse)

Préenseigne fixée sur un tronc d'arbre... non conforme à la réglementation. (Montpezat)

Termes juridiques

Le règlement local de publicité

est le terme utilisé pour définir l'ensemble des mesures qui visent à réglementer et organiser l'implantation de la publicité, des enseignes et des préenseignes en agglomération (ZPR) ou hors agglomération à certaines conditions (ZPA).

Qu'est-ce qu'une ZPR ?

La Zone de Publicité Restreinte est la procédure administrative prévue par la loi permettant à une commune de réglementer l'organisation de la publicité, des enseignes et des présenseignes sur son territoire en agglomération.
Dans les communes appartenant à un Parc naturel régional, c'est le seul moyen de rendre légal la publicité si elle est vraiment nécessaire, et de réglementer les enseignes dans des quartiers à préserver.

... et une ZPA ?

La Zone de Publicité Autorisée est la procédure administrative prévue par la loi permettant à une commune de réglementer et d'organiser l'implantation des publicités, des enseignes et des préenseignes sur des zones commerciales, touristiques ou industrielles situées hors agglomération.

Les activités dérogatoires

- **Seules les préenseignes des activités bénéficiant d'une dérogation peuvent être implantées hors agglomération.**
- **Les activités dérogatoires sont principalement les activités utiles aux personnes en déplacement. (cf. p. 30-31)**

Préenseigne ou enseigne ?

Hors agglomération, en principe, ne sont installées que des enseignes et des préenseignes dérogatoires.
En agglomération, aujourd'hui, on trouve des enseignes et des publicités.
Les enseignes sont toujours implantées sur le lieu de l'activité.
Les préenseignes, elles, indiquent le lieu et/ou la direction de l'activité située dans un rayon de 5 km (ou 10 km pour les monuments historiques).

De temps en temps, ce n'est pas évident de faire la différence entre présenseigne et enseigne !
Si ce panneau est situé sur le terrain appartenant à l'entreprise La Montpezanienne, il est considéré comme une enseigne.
Si non, il est considéré comme une préenseigne... tout à fait illégale, car cette activité ne fait pas partie des activités dites dérogatoires.
(Montpezat-sous-Bauzon)

Si ce panneau "scellé au sol" est situé sur le terrain de la boulangerie, c'est une enseigne. Si il est implanté sur la voie publique, c'est une publicité qui doit être légalisée par un règlement local de publicité. (Rosières)

Fausse préenseigne, vraie préenseigne ou enseigne ?

Ce panneau a le format d'une préenseigne et il concerne bien une activité dérogatoire : hôtel restaurant utile aux personnes en déplacement. Par contre, les informations qui y figurent ont un caractère publicitaire que l'automobiliste n'aura pas le temps de décrypter. Seuls le nom de l'établissement et la mention de la direction ou de la distance devraient apparaître. (Pont de la Baume)

Ce panneau a le format et l'aspect d'une préenseigne ; mais il concerne une activité qui n'est pas dérogatoire. Si ce dispositif est installé sur la propriété de Gamm vert, il sera considéré comme une enseigne. Si non, il devra être démonté. (Lamastre)

Préenseigne ou Publicité ?

Ce panneau situé le long de la D104 au sud d'Aubenas (hors Parc) est explicite... et montre bien que les préenseignes sont considérées par certains comme de la publicité !
Le format est bien celui d'une préenseigne dérogatoire (1 m x 1,50 m) mais cette société d'affichage vend ses prestations à qui veut : activités dérogatoires et non dérogatoires.

Ce type de panneaux fleurit sur les principaux axes routiers (D104 et N304) qui longent le Parc naturel des Monts d'Ardèche.
Si ces dispositifs concernent des activités non dérogatoires, qu'ils soient situés dans le Parc naturel régional ou non, et si ils sont hors agglomération, ils sont tout à fait illégaux.
Si ils concernent des activités dérogatoires, ils doivent uniquement mentionner la direction ou la proximité de l'activité concernée, et cela dans un rayon de 5 km du lieu où se situe cette activité.

Règles à respecter sur une préenseigne ou une affiche visible de la route ?

Signalisation routière ou préenseigne ?

Pour ne pas induire en erreur l'automobiliste, les préenseignes et autres panneaux visibles du bord de la route doivent toujours respecter quelques règles :

- la flèche ne doit jamais être reliée à un nom de commune ou de lieu-dit.
- le nombre de kilomètres ne doit pas être relié à un nom de commune ou de lieu-dit.
- aucun signe du Code de la route ne doit apparaître.

Cette affiche publicitaire prête à confusion...

Ce message peut induire en erreur et laisser penser que Meyras est à 3 kilomètres alors que c'est l'Auberge du Moulin qui se situe à 3 km.

Ce message est clair et conforme à la réglementation.

Ce message est aussi conforme à la réglementation.

Préenseigne ou publicité ?

Ce panneau n'a de la préenseigne que le message...
C'est en fait une publicité de 12 m² totalement illégale dans une commune du Parc sans règlement local de publicité

Ce panneau de 12 m² placé sur le terrain de l'office de tourisme de Neyrac les Bains est une publicité illégale sur le territoire du Parc.
La charte signalétique conseille de le démonter ou d'en réduire le format et de le légaliser par un règlement local de publicité (ZPR).

Cette grande surface a droit à la préenseigne pour sa station service.
Or, cette information est à peine visible...

Pour être réglementaire, cette préenseigne devrait faire apparaître la station service de cet établissement.

Cinq principes à respecter

Cette Charte signalétique va permettre dans chaque commune ou chaque communauté de communes, de "faire le ménage" et de réorganiser toute la signalétique touristique et commerciale.

▪ Seule une **volonté politique réelle** permettra de réussir l'application de cette charte signalétique : fermeté et ténacité, résistance face aux pressions diverses (afficheurs, annonceurs et propriétaires d'emplacements) seront nécessaires. C'est la délibération du conseil municipal décidant de l'application de la Charte signalétique du Parc qui manifestera cette volonté politique.

▪ Il s'agira d'une **action difficile**, nécessitant un **plan d'actions réfléchi** avec des objectifs précis et les moyens adéquats pour y parvenir : communication et formation, principalement.

▪ C'est une action qui s'inscrit dans une durée d'**une à trois années**, selon la taille de la commune ou de la communauté de communes : le temps de bien faire passer l'information en amont, de pratiquer une réelle concertation entre tous les partenaires et de laisser à chacun le temps de modifier ses comportements.

▪ **Souplesse et créativité** permettront de s'adapter aux réalités et de réussir !

Une fois que vous aurez décidé d'enclencher dans votre commune cette action de légalisation et d'organisation des publicités, préenseignes et enseignes, il est fondamental de garder à l'esprit ces quelques principes :

1 / Agissez toujours de façon globale

▪ **Côté urbanisme,** la publicité, les enseignes et les préenseignes participent à l'image de votre commune, et par conséquent à celle du Parc naturel régional des Monts d'Ardèche, au même titre que l'architecture, l'entretien des façades, les réseaux électriques ou téléphoniques, les antennes TV ou paraboliques, les climatiseurs, les espaces verts, les entrées d'agglomération, l'aménagement des espaces avec les containers "points d'apport volontaire", les ronds-points, le choix du mobilier urbain…
C'est aux entrées de villes et villages que l'impact de la publicité est le plus important.

▪ **Côté communication,** la publicité, les enseignes et les préenseignes sont directement liées et complémentaires avec le jalonnement effectué sur le domaine public et avec les RIS. Ce guide aborde d'ailleurs ces deux points qui ne pourront être dissociés lors de l'action sur le terrain.

▪ **Côté géographique,** bien que les règles soient différentes "en agglomération" et "hors agglomération", il faut construire et préserver la cohérence sur l'ensemble du territoire de la commune, de la communauté de communes, voire sur l'ensemble de la vallée.

Il faudra inscrire :

- la **publicité** dans le cadre d'une **politique urbaine**,
- les **préenseignes** dans le cadre d'un **schéma général de signalisation et de jalonnement**,
- les **enseignes** dans le cadre d'une **politique architecturale**.

2 / Soyez précis

Avant toute action d'organisation de l'information, il faut d'abord s'entendre sur les **dénominations exactes** de chaque quartier : référez-vous au cadastre ou mettez-le à jour pour correctement jalonner les rues, routes et chemins, y intégrer les nouveaux quartiers, les zones d'activités et les lotissements…

3 / Saisissez cette opportunité pour communiquer

▪ Soyez toujours positif et enclenchez le dialogue par l'information avant d'agir de façon administrative ou répressive. Cette méthode est de loin la plus recommandée et la plus constructive.

▪ Traitez tous les interlocuteurs de la même façon : **pas de régime de faveur, pour que tout le monde soit à la même enseigne !** C'est la condition sine qua non de la réussite d'une telle opération.

▪ Organisez une ou plusieurs réunions permettant à l'ensemble des commerçants, artisans et associations de la commune de se rencontrer et de proposer des idées pour leur village ou leur quartier, notamment en matière d'enseignes.

Préenseigne dérogatoire ou publicité implantée hors agglomération en toute illégalité ? Pour ce type de commerce, c'est incontestablement une publicité illégale. (Lablachère)

4 / Adaptez cette Charte au contexte local

▪ Cette Charte constitue un cadre de recommandations avec un certain nombre de points précis (formats maxima à ne pas dépasser, codes couleur, modèles de préenseignes par exemple) : certains doivent être suivis à la lettre, d'autres peuvent être plus restrictifs, certains peuvent être déclinés d'une façon originale, s'ils restent, bien sûr, dans le cadre de ce qui est autorisé par la loi.

▪ Les solutions ne pourront être les mêmes pour un village peu fréquenté par le tourisme et pour les sites les plus visités du Parc.

▪ Les activités artisanales et économiques seront mises en valeur.

5 / Utilisez cette Charte comme un outil de travail, une base juridique et un cadre contractuel

Tout ce qui est écrit dans ce guide s'inscrit dans le cadre des lois existantes.

▪ Tout ce qui sera écrit dans le cadre d'un règlement local de publicité (ZPR et/ou ZPA) aura valeur de loi.

▪ Tout ce qui ne pourra s'inscrire dans un règlement local (la réduction du format des préenseignes notamment) n'aura pas valeur de loi, mais pourra faire l'objet d'un accord à l'amiable entre les parties.

Quatre étapes pour l'application

1 / Tout d'abord, informez-vous et formez-vous,

Avant toute action, il importe que vous maîtrisiez parfaitement le sujet… sur le plan juridique comme sur celui des propositions contenues dans ce document.
Vos interlocuteurs, qu'ils soient afficheurs, artisans ou commerçants ne changeront leurs habitudes que s'ils sentent que votre volonté de légalisation et d'organisation est soutenue par un discours professionnel, s'appuyant sur des bases légales et rigoureuses.
Il y a eu laxisme pendant des années… il est temps de reprendre la situation en mains… avec toutes les bonnes cartes !
Vous pouvez aussi vous appuyer sur le Parc naturel régional des Monts d'Ardèche pour mettre en application cette Charte.

2 / ensuite, formez les techniciens et les élus…

Prévoyez la formation des personnes qui seront chargées de la concrétisation de la Charte signalétique, qu'elles soient salariées de la mairie, élues ou membres des commissions. Une journée "formation théorique" devrait suffire pour bien faire comprendre les lois, commenter la Charte signalétique et présenter l'ensemble des dispositifs contractuels et administratifs à votre disposition.
Une journée "travaux pratiques" permettra d'enclencher sur le terrain le travail et de transformer les recommandations de la Charte signalétique en solutions concrètes.
Là encore, le Parc naturel régional des Monts d'Ardèche vous apportera un soutien.

3 /… réalisez l'inventaire de votre territoire

La démarche INVENTAIRE doit être engagée en priorité : elle seule permet de mesurer l'ampleur du travail à engager… : léger nettoyage pour régulariser quelques panneaux ou mise à plat et réorganisation de toute la signalisation des activités de la commune…
Nous recommandons de suivre la méthode utilisée pour la commune de Montpezat (p. 48 à 55).
Chaque double page rassemble, pour une portion de route, les informations cartographiques, photographiques et tous les commentaires. Le délai entre l'inventaire et la mise en application de la Charte doit être rapide car le "paysage des panneaux" change relativement vite…
Prenez des photos de tous les panneaux et dispositifs d'affichage et de jalonnement ; profitez-en pour recenser également les enseignes.
Ce travail "de fourmi" est nécessaire pour appréhender la mise en application de la Charte signalétique. L'inventaire servira de base à la discussion et aux propositions.

Cette publicité - au format d'une préenseigne - semble obsolète. Elle doit être démontée. (Mézilhac)

FORMEZ-VOUS, PUS COMMUNIQUEZ !

4 / … avant d'enclencher la communication auprès de vos administrés…

Une fois que vous maîtriserez bien le contenu des lois et les recommandations de la Charte signalétique, nous vous conseillons d'organiser une réunion d'information publique à laquelle seront conviés l'ensemble des administrés - dont les "contrevenants" -, ainsi que les correspondants de la presse locale.
En fonction de la taille de la commune, vous pourrez la scinder par quartiers ou par types d'activités et organiser plusieurs réunions.
C'est une bonne méthode pour accélérer le processus de mise en conformité et créer une stimulation collective et positive.
Pour illustrer cette réunion, sélectionnez quelques cas concrets de situations illégales ou inesthétiques, dans l'inventaire de votre commune.
Appuyez-vous sur la loi et les propositions de la Charte pour les commenter.
Les documents résumant les dispositions de la Charte signalétique pourront être diffusés à l'issue de la réunion.

LE RÔLE DU PARC
- FORMATION ET CONSEIL
- ANIMATION
- ASSISTANCE TECHNIQUE ET JURIDIQUE

Concrètement, par où commencer ?

Démontez les vieux panneaux

L'activité indiquée n'existe plus, les panneaux sont illisibles ou tellement abîmés ou rouillés qu'ils constituent un danger pour les passants… S'il en reste sur votre commune, faites-les démonter !

Qualifiez les préenseignes dérogatoires

Parmi les préenseignes dérogatoires, identifiez les non-conformes et les conformes. Classez-les suivant ces critères :
- Trop nombreuses : plus de 2 ou 4 autorisées en fonction de l'activité concernée.
- Trop grandes : supérieures à 1,50 x 1 m.
- Mal implantées : sur le domaine public, sur une clôture ou un mur non aveugle, sur un arbre ou un poteau EDF, sans autorisation du propriétaire, …
- Trop éloignées du lieu de l'activité : plus de 5 ou 10 km selon l'activité.
- Génératrices d'insécurité car l'information est en concurrence avec celle plus importante des panneaux de signalisation directionnelle ou de police.

Identifiez les préenseignes non dérogatoires et les publicités

À l'aide de l'inventaire et de vos nouvelles connaissances, vous allez facilement identifier les préenseignes non dérogatoires et les publicités illégales. La marche à suivre vis à vis des contrevenants et les propositions à leur faire seront fonction de votre décision au sujet de la ZPR.
De toutes façons, tout le monde devra être logé à la même enseigne !

Passez à l'action

▪ **Première action**
Délibérez pour engager votre commune dans le processus de nettoyage et d'organisation de la publicité, des préenseignes et des enseignes.

▪ **Deuxième action**
Choisissez entre l'application stricte de la Loi ou l'élaboration d'un règlement local de publicité en agglomération. Cette décision doit être prise après avoir engagé un dialogue avec les annonceurs (activités économiques de votre commune) et les afficheurs.

▪ **Troisième action**
Concertez-vous avec les communes voisines pour envisager une démarche technique "regroupée", notamment pour l'élaboration d'une ZPR. La communauté de communes, voire la vallée entière sont des unités géographiques recommandées.

DÉLIBÉREZ POUR L'APPLICATION STRICTE DE LA LOI OU POUR L'ÉLABORATION D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ

Règlement local de publicité (ZPR et ZPA) : pesez le pour et le contre...

LES ZONES DE PUBLICITÉ RESTREINTE (ZPR) en agglomération exclusivement
LES ZONES DE PUBLICITÉ AUTORISÉE (ZPA) hors agglomération exclusivement

	AVANTAGES D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ	INCONVENIENTS D'UN RÈGLEMENT LOCAL DE PUBLICITÉ
EN GÉNÉRAL	▪ suscite une réflexion globale sur la publicité de la part de la commune ▪ indispensable aux communes de plus de 10 000 hab. et aux communes touristiques	▪ Procédure administrative contraignante ▪ Provoque l'intervention et la pression des afficheurs ▪ L'application stricte de la loi de 1979 dans les communes inférieures à 10 000 habitants est suffisante pour une politique de protection du paysage
PUBLICITÉ ET MOBILIER URBAIN PUBLICITAIRE	▪ permet de légaliser et d'organiser les RIS et tout mobilier urbain contenant des informations commerciales ▪ permet de légaliser et d'organiser d'éventuelles publicités en agglomération (communes < 10 000 h.), des barrettes en agglomération signalant des activités commerciales	▪ Une légalisation de la publicité est en contradiction avec le principe légal d'interdiction de la publicité dans un Parc
PRÉENSEIGNES	▪ la ZPR permet de réglementer les préenseignes en agglo ▪ la ZPA permet de réglementer les préenseignes hors agglo	▪ est sans effet sur les préenseignes situées en dehors des ZPR et ZPA
ENSEIGNES	▪ permet de réglementer les enseignes, qui restent soumises à l'autorisation préalable du maire, dans les ZPR et ZPA	▪ est sans effet sur les enseignes situées en dehors des ZPR et ZPA

Gardez à l'esprit

▪ que l'objectif final est de sauvegarder ou d'**améliorer le cadre de vie de tous**,

▪ que les **pouvoirs administratifs du Maire** en matière de signalétique (y compris sur le domaine privé) sont **importants et efficaces** : mise en demeure sous astreinte et dépose d'office,

▪ que le **Maire** partage ces pouvoirs **à égalité** avec le **Préfet**,

▪ qu'il faut **miser sur la durée** pour convaincre tous les acteurs,

▪ que le **suivi de l'action** menée est **capital** pour obtenir des résultats.

Mode d'emploi de la charte
Vous trouverez, pages suivantes, les propositions concrètes de la Charte signalétique.
Après une première lecture des pages de droite et des illustrations, vous aurez entre les mains les cartes maîtresses pour réussir la légalisation et l'organisation des publicités, enseignes et préenseignes implantées sur votre commune !
Dans la dernière partie, vous trouverez les informations concernant la mise en application de cette Charte signalétique : les étapes à suivre (information, procédures administratives, sanctions...) et les pouvoirs du Maire en la matière.

Chapitre 2 La Charte signalétique

A - PUBLICITÉ

p. 16 à 17 **Généralités sur l'affichage publicitaire**

p. 18 à 19 **Affichage publicitaire sur domaine privé**

p. 20 à 21 **Affichage publicitaire sur domaine public**

p. 22 à 23 **Affichage libre et temporaire sur domaine public**

p. 24 à 26 **Micro-signalétique sur domaine public**